地方电视台如何利用融媒体思维办好节目

摘　要：全媒体时代的到来，电视的收视率以及广告收入受到严重影响，电视台卷入激烈的媒介竞争中。在新的媒介环境中，地方电视台的改革尤为重要，在充分认识到办台理念上的漏洞，利用融媒体思维，调整节目形态，整合节目内容，通过实践使节目内容得到创新，提高节目制作水准。将传统媒体和融媒体思维深入结合，打破既有格局，以受众为节目制作的核心，打造高质量高水准节目内容，增强地方电视台的内容竞争力，实现自我创新发展。

关键词：电视台；融媒体
中图分类号：G222　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）11-198-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.11.030

文 / 薛燕萍

1. 融媒体思维

从广泛定义上来解释融媒体，就是将传统媒体与新媒体的优势结合，产生新的能量，发挥更大的功能作用。将媒介之间的竞争化为同一力量，通过资源的互通、宣传互融、利益共融达到互相服务的目的。

广播、电视、网络平台变为一种媒体的三种服务模式，将三者的人力、物力资源重新整合，打破原有编制，为节目的制作缩小成本。“融”字是融媒体思维的核心字眼，它意在打破各种媒介之间的边界，使节目制作呈现出全新的制作过程和表现方式。不仅转变了资源匮乏的困境，还使节目出现了分化，节目内容朝向更加专业化、分众化发展，这是在“融”的背景下走出的新的节目制作思维。

媒介融合发展是大势所趋，国家领导人 2016 年在党的新闻舆论工作座谈会上提出：“尽快从相‘加’阶段迈向相‘融’阶段，从‘你是你’‘我是我’变成‘你中有我、我中有你’，进而变成‘你就是我、我就是你’，着力打造一批新型主流媒体。”县级电视台是基层传统媒体，在影响力和竞争力薄弱的现实条件下，紧跟媒介发展的步伐尤为重要，利用融媒体思维突破电视台的传统思维，整合各项优势，打破发展瓶颈，推动地方电视台转型升级。

2. 融媒体思维对地方电视台的重要性

2. 1 提升电视台人员专业素质

在融媒体时代下，地方电视台工作人员的专业素质需要同步提升。融媒体时代对地方电视台的体制变化会产生影响，对从业人员的专业素质也提出了高要求。然而，部分地方电视台的新闻工作者和节目内容制作者的思维还停留在传统媒体内容制作阶段，融媒体思维欠缺，专业素质偏低，应该提高专业从业人员对于融媒体理念的认识。缺乏融媒体思维，节目的制作缺少创新思维和新的传播理念，与市场需求背道而驰，工作能力难以得到电视台的认可，节目无法受到观众的追捧，使得电视台的节目制作水平整体下降。

从业人员的融媒体思维影响电视节目制作的内容与发布，是节目内容的创作根源，因此，地方电视台想要实现向融媒体时代的过渡和转型，提升其内容竞争力，就需不断强化媒体队伍交流，用融媒体思维促进专业素质的提升。

2. 2 转变节目制作的思维导向

对于地方电视台而言，优质的栏目策划和内容是其获得发展和高收视率的重要保障，而融媒体思维就是节目的制作导向，让节目立足于全新的思维，内容领域不断拓宽，对节目从多层面、多角度进行内容挖掘，实现多途径宣传。部分地方电视台受限于传统节目制作思维和宣发策略，使得很多栏目内容和传播形式比较单一，这在一定程度上限制了地方电视台的发展。

2. 3 提升地方电视台的办台效益

新媒体的出现分走了电视台一部分的收视和收入，使得“利益蛋糕”越变越小，地方电视台凭借原有的影响力无法维持原有收益，甚至还会缩小收益。因此，融媒体思维的出现使得受众再一次聚集在电视机前，电视台的地位被稳固，重新赢得广告投资商的青睐，从而影响广告商的投资策略，为地方电视台的收益增加提高可能性。

2. 4 打破发展瓶颈的必然选择

地方电视台的发展面临新媒体的冲击，要突破重围，必须用融媒体思维来打破发展的桎梏。地方电视台先天条件不占优势，存在基础薄弱、创新能力不足、资金不足等问题，传播的影响力深受地域的限制，传播范围十分封闭。此外，随着媒介环境的繁荣，各级电视台也纷纷寻求发展对策，双方的实力差距越发明显，面临的受众也更加复杂。融媒体思维可以使地方电视台摆脱地域限制，打破传播范围的封闭性，拓展其影响力，帮助地方电视台进行跨媒介、跨区域运作，增强自身的竞争实力。因此，融媒体思维对于地方台的探索、发展是必要的选择，将媒介融合作为电视台节目制作的意识，突破自身发展

瓶颈，推动地方电视台的创新发展。

3. 地方电视台如何利用融媒体思维

3.1 成立融媒体中心 打造高品质内容

地方电视台在面对新媒体和移动互联网及各种自媒体的挑战下，应审时度势，寻找对策，主动出击，秉持发展自我的理念，积极推进媒体融合。要促进地方电视台的发展，建立融媒体中心是关键平台。地方电视台通过建成融媒体中心，实现“中央大厨房”式的融媒体生产过程。这样的生产过程通过构建内容的统一采集、统一配发、统一制作的“大厨房”模式，规模采集、集约生产降低节目制作的成本，保质保量生产出节目。

地方电视台构建融媒体中心实现“中央大厨房”式的节目制播，是将传统媒体与多种媒体融合，实现一次采集、多样生成、多途径发布。纵观全国的电视台，为实现新环境内的发展，各自建立起符合媒介事业发展的融媒体中心。北京延庆区融媒体中心是国内首家“广电＋报业”模式的“中央厨房”，将打造集报纸、电视、广播和新媒体于一体的全媒体发展平台；甘肃省玉门市广播电视台于 2017 年积极响应中央媒体融合战略号召，开始实施“数据融合服务中心暨融合媒体共享平台项目”，正式开启媒体融合进程。各级电视台在推进融合发展进程中，打造新型主流媒体，努力构建全媒体新闻、节目制作新机制，以最快的速度、最有效的搭配，为受众提供高质量的内容，充分发挥传统媒体的独特优势，打造新型主流媒体。

3.2 培养融媒体人才队伍

在推进全媒体融合的发展路程上，融媒体人才是源动力。地方电视台融媒体发展最大的挑战在于培养现有传统媒体人才和开发融媒体人才，地方电视台要全面提升专业人员整体素质，打造支撑整个融媒体平台运维和发展的专业团队。这需要足够的财力保障为团队经营专业人才，适时引进融媒体技术过硬的专业人才，保障人才能定期受训，提升专业素质，同时给予恰当的薪酬待遇和福利保障。开发融媒体人才以人才本地化为广泛标准，引进高端人才为基本手段，培育现有人才为常态途径，善用具有社会影响力的人才，逐步提高电视台节目制作水准，提高内容档次和质量。地方电视台领导者必须以融媒体思维为领导理念，精通融媒体业务，善于管理融媒体技术人才，引领团队逐渐打造出电视台品牌栏目，使地方电视台特色鲜明。地方电视台应授予融媒体部门更大的人才任用权限，使其拥有引进高端技术人才的权利，对人事权限进行相应调整，达到人才的精准任用。在全媒体人才考核的奖惩方面，可以提升考核奖惩的差距，以达到真正激励从业人员的效果。

现有的传统媒体人员是电视台节目创新的主力军，针对这部分专业人员的融媒体培训也是重点工作。在融媒体思维下的创新能力成为考察未来媒体工作者的重要标准，因此，现有的传统媒体从业人员，不仅要适应不断变化的媒介环境，更要刻苦钻研新的专业知识和技能，不断更新媒体融合的思维理念，对现有素材进行快速整合，构建高效的传播方案，以便内容得以迅速传播。作为传统媒体从业者，要加强融媒体的专业学习，向融媒体专业人员的身份快速转变。

3.3 注重内容创新

在融媒体时代下，地方广播电视台要抛弃陈旧的话题内容，更新传播理念，注重传播内容的时效性和新颖性，实现内容的创新。地方电视台要在内容创新的形式下吸引观众，就要做到节目内容的精准化，内容具有针对性。结合地方受众的生活经验，了解当地人民生活内容和想法，调查受众的年龄、思想、喜好的分区，筛选准确的节目素材，通过对收集到的信息进行有效整合，带有目标性的开发具有创新性的节目。用户群体的庞大和复杂对节目内容的个性化和精准化提出了较为迫切的要求，加强节目内容创新，才能增强用户的黏合度。地方电视台可以广泛收集受众内容消费的数据，为融媒体中心建立目标受众数据库，分析不同分区受众的的内容偏好，为其定制个性化内容，进行精准推送，以此增强用户活跃度，增加用户黏性。或者通过实地访谈以及问卷调查等方式进行数据收集，使地方电视台的栏目和内容贴近受众心理，增强其在融媒体时代下的市场竞争力。

地方电视台要挖掘电视内容产品的衍生创新能力，以多元的内容产品实现内容的创新。充分利用融媒体思维，使电视节目产生品牌溢价和品牌吸引力，不断激励地方电视台做出内容创新，推动其不断转变发展。

融媒体时代给地方电视台带来的是挑战，同样也是机遇，应该牢牢把握，通过不断更新思维和转变自身结构加速实现转型目标。在转型发展的过程中，地方电视台将改变传统媒体的模式朝现代媒体前进，逐渐打破就有格局，突破地域限制，扩大传播影响力，制作更优质的节目内容，服务于更广大的受众。媒

参考文献

[1] 张霄 . 新形势下地方广播电视台融媒体发展的思考与应对策略 [J]. 传播力研究，2017，1（9）：69.

[2] 杜碧茵 . 区县级电视台通过“融媒体”思维创新广告经营模式的探讨 [J]. 新闻传播，2016（12）：31-32.

[3] 邢大勇 . 融媒体时代电视台如何提高竞争力 [J]. 西部广播电视，2015（15）：31.

（作者单位：呼和浩特广播电视台）